媒介融合背景下的电视媒体与新媒体互联发展研究

张　强
（中央广播电视总台，北京　100000）

摘　要：过去我国的媒体主要汇聚在电视媒体等群体之下，几乎所有传媒信息的发布都是以电视媒体为主，但是随着科技的发展和时代的进步，计算机互联网逐渐成为信息新闻等主要传播阵地，各种各样新式的传媒工具和传媒手段不断涌现，各类视频门户网站和平台等也对原有的传统传媒市场造成了冲击，在这样的环境下，为了实现我国文化传媒行业的蓬勃发展和多元化生长，将电视媒体与新媒体互联网逐渐结合起来就成为势在必行的一件事情。

关键词：电视媒体；互联网新媒体；网络传播；发展研究　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）04-089-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.04.026
本文著录格式：张强 . 媒介融合背景下的电视媒体与新媒体互联发展研究 [J]. 中国传媒科技，2022（04）：89-91.

我国近几年来大力发展互联网计算机技术，推动整个国家科技和国家发展逐渐朝着大数据、互联网和新式网络等方面进步，在大数据时代的辅助以及覆盖之下，越来越多的媒体信息等也以一种极快的速度开始在大众之中传播，而且在某种意义上来看，现代社会中掌握信息的速度对于社会各行业各领域的发展有重要的意义。既然信息传播已经有了新的媒介和传播途径，并且对整个媒体力量扩充和媒体行业进步都有积极的意义，因此我国的新闻传媒行业就应该在各种媒介融合发展的前提之下实现传统电视媒体与新媒体互联发展，相辅相成，从整体上推动整个传媒行业的进步和现代化。本文基于这个背景，主要论述新媒体与媒介融合的相关含义以及新媒体与电视媒体之间互联发展的途径以及意义。

1. 媒介融合与网络传播

新时代，新技术带来新视野，在这种前提之下就需要新的媒介和新的形式来对其进行适应以及传播，互联网背景下的传播媒介如各大视频门户、各大网站等，已经在整个传媒市场中实现了很大的突破，并成功占据了很大一部分市场份额，其获取信息、处理信息以及推送信息的效率和质量都相较于传统的电视媒体要高很多，也逐渐成为了人们日常生活中最常使用的接收途径，所以传统电视媒体想要在这样的趋势和潮流之下保持自己的优势，让自己不至于被淘汰，就势必要做出一些改变，也就是要采用媒介融合的方法，推动电视媒体本身与新兴的互联网新媒体之间的融合和交互。[1]

1.1　媒介融合

首先对媒介融合的概念进行描述，媒介融合重点肯定是在于融合，将需要进行融合和交互的两个主体放在整个融合过程的两端，通过相应的融合技术将双方的特点和优势尽可能地交融在一起，在这个过程中进行适当的调整和改变，从而建立起了一个新的体系和环境。对本文研究的主体对象也就是电视媒体与互联网新媒体两者来说，媒介融合就是将互联网新媒体的一些传媒特点和互联网运用技术等融合进电视媒体，帮助它们更加与时俱进，更加现代化，电视媒体则可以将自身运营多年积攒起来的经验以及针对本国人民的生活习惯形成的传媒规律等教给新媒体，帮助互联网新媒体真正切中观众的兴趣点，发挥最大的作用。[2] 媒介融合总体上来说，是传统与新式的碰撞，是印刷与数据的更替，是单方面输出到双向互动之间的交互，对整个传媒界来说这就是一场联盟，纸质媒介、电视媒体和互联网媒体之间彼此接纳，彼此适应以及互相借鉴，将整个传媒力量拧成一股绳，实现文化传播和发展。

1.2　网络传播

网络传播主要依托于强大的、广阔的以及深入的网络环境，我国近几年来计算机互联网时代不断向前发展，已经取得了很多的进步，也在全民之中实现了互联网时代的全面普及，大部分人都用上了智能手机，并且在网络流量的帮助下进入到各个网络平台上获取自己想要的信息，发表自己的看法以及进行娱乐活动等。过去我国最常见的信息传播技术主要是报纸、电视、收音机等，相对来说更加倾向于单方面的信息输出，而网络传播作为第四种新兴的传播手段，极大地改变了这种情况，让观众可以发表自己的想法，说出自己的建议，扩大了媒体功能，也深化了媒体的存在意义。了解网络传播的意义和作用，是实现电视媒体与互联网新媒体之间的媒介融合的重要前提，本文通过对各种资料的分析和研究，总结出了以下几点网络传播的特点。[3]

第一，海量并且公开的数据。互联网时代是建立在庞大的数据基础之上的，所有出现在互联网平台上的信息包括图片、文字以及视频、音频等都是以数据的形式编写以及转换然后进行传播等，所有的基础都是建立在

数据之中，每一项信息的处理过程都要产生大量的数据，然后各种领域、各种行业以及各种形式的信息在日常处理之中产生的数据量就可以说是海量了。为了处理、分析以及管理这些海量的数据，大数据技术和大数据平台应运而生，这些数据作为传媒信息的重要载体和依托，在大数据平台的管理下，这些信息不再杂乱无章，而是在统一的管理和权限开放基础上，让其可以很好地被所有需要用到它的人们所获取，并且再次被完善和传播，它也是人类文明的记录者和推动者。

第二，极强的时效性。互联网新媒体之所以会在短时间内迅速席卷人们的日常信息接收渠道，一个很重要的原因就是它们掌握了最为时效性的信息来源和信息内容，在这样一个信息至上的时代，最为新颖，最为前端的信息是决定所有工作是否能够快人一步的前提。[4] 网络传播就是掌握了这一关键因素，以极强的时效性不断冲击着人们的眼球和大脑，帮助人们感受到时代的变化，获取到第一手的信息。网络传播的内容通常是在事件发生的第一时间便能够被获取，然后在第一时间经过处理并且对外发布，久而久之，网络传播就成为人们在实际生活中更为习惯于去运用的信息获取途径。

第三，多媒体功能。伴随着时代的互联网技术发展，为了适应互联网时代的发展，就需要有相应的硬件或者软件设施对其进行支撑，因此，与互联网时代几乎同时兴起的多媒体技术和设备就成为了首选。多媒体技术发展到现在，已经具备了多种多样的功能，能够生动形象地将画面、声音、文字等多种信息承载媒体包含在一起并且动态生动地展现在观众面前，为传媒行业制造了更加生动活泼的氛围和更为平易近人的基调。

第四，互动性极强。在各种传媒形式之中，互联网平台可以说是与观众互动性最强的，每个用户都可以在平台上注册自己的个人账号，然后在接收到信息的同时，就可以及时地发表在平台上，同时平台对所有用户同时开放，观众不仅可以跟平台互动，还可以与其他用户互动，拉近了整个社会中人与人之间的距离，在保留且发扬个人特色的同时，有极强的互动性，这也正是网络传播作为传媒新阵地的根本特点和原因所在。[5]

2. 网络传播下互联网新媒体对于电视媒体的影响

新的风格、新的形式以及新的特色的出现，势必会对原本就存在的传统形式造成或大或小的冲击，网络传播与互联网新媒体的出现同样也对电视媒体产生了影响，本文通过了解目前传媒市场的实际情况，得出了以下几点主要的影响方面。

2.1 受众范围缩小

网络传播时效性高，趣味性也相对较高，对于本就容易接受新事物的年轻人群体来说自然也就拥有更大的吸引力，因此对于电视媒体来说，原有的受众可能是遍布所有年龄群，但是网络传播的出现就大大降低了电视媒体对年轻人的吸引力，所以相应的受众范围也就变得越来越小了。[6]

2.2 收视率下降

网络传播和电视传媒面对的消息世界是一样的，区别只在于对于消息的处理方式和处理效率，网络传播下的互联网新媒体采用的是短平快的处理方式，所以消息的发布更快，更容易吸引人们的第一目光，从而也就降低了观众对于电视传媒的期待，收视率也就不像过去那么高了。

2.3 推动了电视传媒尽快进行自我更新和再次创造

因为网络传播下的互联网新媒体不断推出各种十分有创意的方式和互动活动等，不断抓住观众的注意力和目光，因此，电视媒体想要维持自身的活力，增强自身的存在感，就要响应时代的号召，感悟时代的变化，创新自己的思想和方式，从而适应时代，适应社会，适应观众的各种需求。

3. 电视媒体与互联网新媒体之间媒介融合现状

我国的各大电视媒体在社会发展这一点上还是很敏锐的，很快就准确地抓住了观众审美、接收渠道、接收兴趣等方面的变化，同时也很快对互联网新媒体这样的新兴群体做了调查和分析，了解到了它们的优势与缺点，然后双方就整个传媒行业的发展趋势进行了磋商后，共同迈入了媒介融合这一过程之中，媒介融合进行到现在，究竟发展到了什么地步，对于布置和安排下一阶段的方法和方向来说是非常有必要的，所以本文也针对这一融合现状进行了总结，以下将从视频门户网站、电视台网运营等方面做出具体的说明。

3.1 我国视频门户网站发展情况

所谓的视频门户网站，简单来说就是可以像各大电视台那样播放电视剧以及综艺等节目的网站，比如像爱奇艺、优酷以及腾讯等，这样的视频门户网站并不像传统电视媒体一样必须在电视上进行播放，这样的网站对剧集的排档等更加灵活，也不用过于在意时间段等因素，而且近年来，尤其是 2011 年到现在，我国的视频门户网站越来越成熟，越来越向着高清化以及付费模式等方向发展，所以观众对视频门户网站的依赖度和兴趣值都越来越高。电视媒体在这样的趋势之下，也相继作出了以自身电视台网为基础建立自己的视频门户网站，比如芒果 TV 等，这样就很好地维持了传统电视台网的运营，又迎合了现在观众对于视频门户网站的兴趣和要求，可以说是媒介融合的一大主要体现。[7]

3.2 电视台网运营

电视台网这个名词本身就是媒介融合的一大体现和一大标志，既带有电视台的传统内涵，也带有网络传播的灵动，是多数影响力较大的电视台主体进行新时代适应以及改变的主要方式和方法。具体来说，电视台网站的传播内容的主要来源分为以下两种。

第一，本身所属电视台。每一个传统电视台都有自己独特的运营特点和特色节目，且固定有一大批忠实的观众，这样的资源对帮助电视台网站在初期尽快走上正轨来说有非常大的助力，同时还衍生出了一种新的点播形式，即观众在移动端的电视台网中，可以同步观看电视上正在播放的内容，这一部分内容通常都是不会授权给其他视频门户网站的，所以也算是拥有独家的版权。例如，2020 年东京奥运会期间，所有的比赛直播都是在中央电视台的综合频道、体育频道以及赛事频道等进行同步的直播，国民可以选择在电视上观看，也可以下载央视频网站并在其上进行观看。

第二，其他网站的资源。电视台网中所有的创新型节目都是从综合性网站、资源平台上的各类信息汇聚得到的启发。

3.3 IPTV 的兴起

IPTV 也就是人们常说的交互式网络电视，集合了计算机互联网、通信传媒等多领域知识的综合体，它在一定程度上融合了 DVD、电脑、手机以及电视的所有特点，可以在观看视频的同时，实现一些互联网媒体中常用的技术以及互动形式，打破了电视媒体与互联网新媒体之间载体的壁垒，是媒介融合的一种标志性成长结果。

4. 电视媒体与互联网新媒体共同发展的建议以及措施

在详细地了解了媒介融合的概念，网络传播的特点以及相应的两者融合发展现状等实际的内容之后，接下来就需要认真分析该怎样让这条路一直走下去并且能够真正实现跨越式发展，本文通过总结和分析，总结出了以下两点具体措施。

4.1 注重多维度融合，多角度发展

电视媒体想要与互联网新媒体之间的媒介融合更加有效，更加顺利，就需要进行多维度的多管齐下，即从媒介融合的三个维度着手，分别是内容融合、网络融合以及终端融合。内容融合就是要将传统的优势节目内容等及时同步在新媒体平台或者自身的电视台网站上，铸造自己的优势项目，稳定一批忠实观众群体；网络融合就是要积极推动电信网、互联网以及广播网三者的融合，多方面融入人们的日常生活中，通过网络的快速传播让自己的特色和特点，能够最快地展现出去；终端融合也就是要实现电视、手机等终端的融合，打破两者隔阂，固定端和移动端本质都是一样的，不能分而治之，而是要推动促进和融合。

4.2 塑造积极的形象，锻造崇高价值

传媒业要尤其注重自身的形象以及口碑，每一档节目、每一条消息都需要进行足够的打磨和雕琢，不管是传统电视媒体还是互联网新媒体都要始终奉行健康积极的运营特色，传递社会正能量，弘扬民族精神，让自身的形象和口碑始终能够获得人民的认可和接纳。[8] 同时，还需要有自己的特色，或严肃或轻松，找到自身发展最合适的基调是非常重要的，在这个过程中可以借鉴地域特色，比如河南卫视陆续在社交平台上发布了很多中华传统文化的宣传视频，获得了极大的关注，让文化特色深入到了观众心中并且也塑造了自身的文化自信。

结语

互联网时代对各行各业都造成了很大的冲击，传媒行业也不例外，电视媒体在这样的时代浪潮下更是处于转型和创新的关键阶段，与互联网新媒体之间实现媒介融合是最好的方法，但是前提是掌握了正确的方法。本文详细叙述了媒介融合概念以及发展现状，给出了相应的建议措施，希望为传媒行业融合发展做出贡献。媒

参考文献

[1] 王晨伊 . 媒介融合背景下电视的生存与发展 [J]. 西部广播电视，2019（2）：69-70.

[2] 吕军 . 媒介融合背景下电视媒体发展困境分析 [J]. 传播力研究，2021（11）：11-12.

[3] 刘兰轩 . 媒介融合背景下电视媒体的传播探讨 [J]. 中国有线电视，2019（10）：1143-1145.

[4] 梅兆卿 . 媒介融合背景下电视民生新闻的发展策略研究 [J]. 传媒论坛，2019（20）：10-11.

[5] 董娅娟 . 媒介融合背景下传统电视与新媒体的整合营销策略研究 [J]. 传播力研究，2021，5（11）：38-39.

[6] 王婧 . 媒介融合背景下传统媒体的困境与突围 [J]. 新闻传播，2019（15）：57-58.

[7] 闫建华 . 新媒体环境下的媒介融合——探讨传统电视媒体发展途径 [J]. 中国传媒科技，2019（9）：46-48.

[8] 蔡永涛 . 媒介融合背景下记者采访形式的创新策略研究 [J]. 中国传媒科技，2019（2）：90-92.

作者简介：张强（1972-），男，黑龙江哈尔滨，博士，主任记者，研究方向：新闻学。

（责任编辑：胡杨）